دراسات في المعاملات المالية

سامي بن إبراهيم السويلم

بسم الله الرحمن الرحيم

تقويم شرعي لعمل شركة "بزناس"

٢٦ رمضان ١٤٢٣هـ - ١ ديسمبر ٢٠٠٢م

الحمد لله وحده والصلاة والسلام على من لا نبي بعده، محمد وآله وصحبه، وبعد:

هذه الشركة، وغيرها كثير، تعمل وفق مفهوم "التنظيم الهرمي pyramid scheme"، ويسمى أحياناً التسويق الشبكي "network marketing" أو التسويق متعدد الطبقات "multi-layer marketing--MLM". وهذا النوع من التسويق يصنف من حيث المبدأ ضمن صور الغش والاحتيال التجاري business fraud. وقد تناولته دراسات وأبحاث وكتب، تحذّر من هذه الشبكات والوهم والتغرير الذي توقع فيه أتباعها، فتجعلهم يحلمون بالثراء السريع مقابل مبالغ محدودة. وفي ا ية الأمر تصب هذه المبالغ في جيوب أصحاب هذه الشركات والمنظمات، ولا يحصد الأتباع سوى السراب. ولذلك تمنع قوانين العديد من الدول التنظيم الهرمي بشكل أو بآخر. كما تحذر الأجهزة الرسمية الجمهور من الوقوع في مصيدة هذه الشبكات بعد تغليفها بصورة جذابة من خلال الزعم بأ ا فرصة لتسويق منتجات مفيدة للجمهور، تعليمية أو غير ذلك.

ومن المهم للقارئ أن يعلم أن هيئة الأوراق المالية بباكستان قد حذرت الجمهور من التعامل مع شركة بزناس العاملة هناك. وقالت في تحذيرها الذي صدر في أغسطس من هذا العام إن الشركة المذكورة وجد أ ا "تضطلع بممارسات غير مشروعة وتحايلية وغير أخلاقية" حسب ما جاء في التحذير. (انظر موقع الهيئة: http://www.secp.gov.pk/otherlinks/Biznas/Biznas.com.htm).

كما أن هناك شركة تعمل في نفس ا ال، تسمى سكاي بز skybiz.com، وهي شديدة الشبه بشركة بزناس من حيث نوعية المنتجات وآلية التسويق ونظام العمولات، مقرها الولايات المتحدة ولها فروع عبر العالم. هذه الشركة رفعت وزارة التجارة الأمريكية ضدها قضية تتهمها فيه بالغش والاحتيال على الجمهور، وصدر قرار المحكمة بولاية أوكلاهوما في ٢٠٠١/٦/٦م بإيقاف عمليات الشركة وتجميد أصولها تمهيداً لإعادة أموال العملاء الذين انضموا إليها. (انظر موقع وزارة التجارة الأمريكية: http://www.ftc.gov/opa/2001/06/sky.htm).

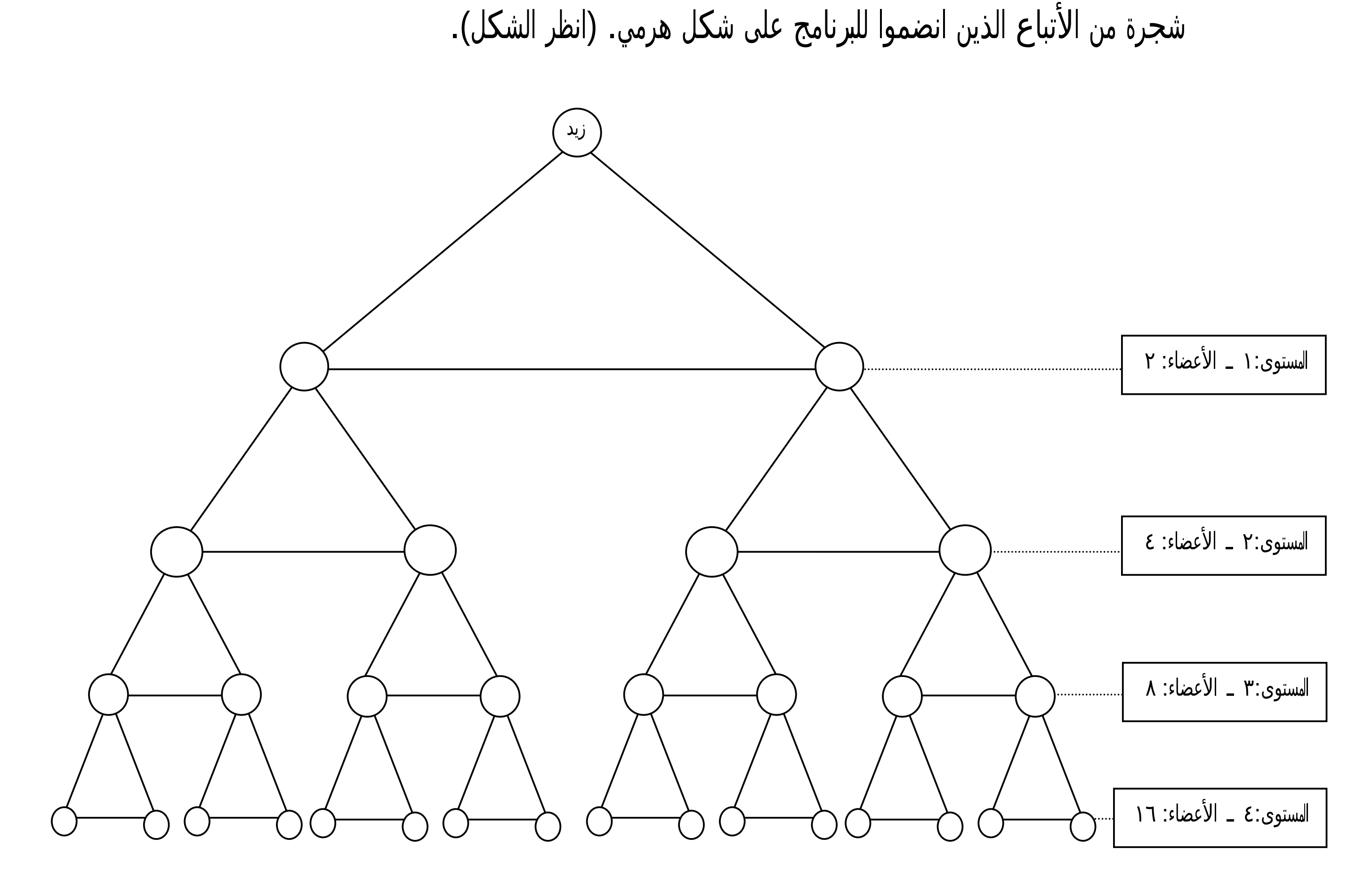
إن هذا الموقف ضد شركات التسويق الهرمي مبني على قناعة في معظم دول العالم بأن هذا النمط من التسويق ما هو إلا صورة من الصور الاحتيال والتغرير بالناس. سنبين فيما يلي كيفية عمل هذه الشبكات، ثم نبين مكمن الخلل فيها.

أولا: آلية العمل

الفكرة الجوهرية للتسويق الهرمي بسيطة. وتتلخص في أن يشتري الشخص منتجات الشركة مقابل الفرصة في أن يقنع آخرين بمثل ما قام به (أن يشتروا هم أيضاً منتجات الشركة)، ويأخذ هو مكافأة أو عمولة مقابل ذلك. ثم كل واحد من هؤلاء الذين انضموا للبرنامج سيقنع آخرين ليشتروا أيضاً، ويحصل الأول على عمولة إضافية، وهكذا. فأنت تدفع لزيد على أن تأخذ من عمرو وعبيد.

وفيما يلي مثال عملي يوضح ذلك.

لنفترض أن "زيداً" قرر أن يشتري منتجات الشركة المذكورة مقابل ١٠٠ دولار. تعطيه الشركة بناء على ذلك الحق في أن يسوق منتجا ا لآخرين مقابل عمولات محددة. يقوم زيد بإقناع شخصين بالانضمام للبرنامج، بمعنى أن يشتري كل منهما منتجات الشركة، ويكون لهما الحق في جذب مسوقين آخرين مقابل عمولات كذلك. ثم يقوم كل من هذين بإقناع شخصين آخرين بالانضمام، وهكذا. ستتكون من هذه الآلية شجرة من الأتباع الذين انضموا للبرنامج على شكل هرمي. (انظر الشكل).



لاحظ أن عدد الأعضاء في كل مستوى يساوي ضعف العدد في المستوى الذي قبله، وأن عدد أعضاء المستوى الأخير يزيد قليلاً عن مجموع أعضاء المستويات السابقة كلها. لاحظ أيضاً أن عدد الأعضاء ينمو أسياً، بمعنى أن عدد الأعضاء في المستوى الرابع = $٢^{٤}$ = ١٦، وعدد الأعضاء في المستوى العاشر = $٢^{١٠}$ = ١٠٢٤، وهكذا.

طريقة احتساب العمولات

تشترط الشركة ألا يقل مجموع الأفراد الذين يتم استقطا م من خلال زيد ومن يليه في الهرم عن ٩ أشخاص من أجل الحصول على العمولة (على ألا يقل عدد الأعضاء في كل فرع عن ٣). وتبلغ العمولة ٥٥ دولاراً. ثم بعد ذلك يتم صرف العمولة لكل ٩ أشخاص (ويسمى كل تسعة أشخاص في التسلسل الهرمي "درجة"). ونظراً إلى أن الهرم يتضاعف كل مرة يضاف فيها مستوى جديد أو طبقة جديدة للهرم، فإن العمولة تتزايد كل مرة بشكل كبير. إذا افترضنا أن الهرم ينمو كل شهر، بمعنى أنه في كل شهر ينضم شخصان لكل شخص في الهرم (كما هو افتراض الشركة في موقعها)، فهذا يعني أن العمولة التي يحصل عليها العضو تصل إلى أكثر من خمسة وعشرين ألف دولار في الشهر الثاني عشر (انظر الجدول).

الشهر	الأعضاء الجدد	مجموع الأعضاء	العمولة (بالدولار)
١	٢	٢	٠
٢	٤	٦	٠
٣	٨	١٤	٥٥
٤	١٦	٣٠	١١٠
٥	٣٢	٦٢	١٦٥
٦	٦٤	١٢٦	٤٤٠
...	...	...	...
١٢	٤,٠٩٦	٨,١٩٠	٢٥,٠٨٠
١٨	٢٦٢,١٤٤	٥٢٤,٢٨٦	١,٦٠٢,٠٤٠
٢٤	١٦,٧٧٧,٢١٦	٣٣,٥٥٤,٤٣٠	١٠٢,٥٢٧,٤٨٠
٣٠	١,٠٧٣,٧٤١,٨٢٤	٢,١٤٧,٤٨٣,٦٤٦	٦,٥٦١,٧٥٥,٦٤٠

ويتم حساب العمولة كالتالي: ينظر عدد الدرجات في مجموع الأعضاء، ويتم صرف العمولة بناء على ذلك بعد إسقاط الدرجات في المستوى السابق. في المستوى الثالث يبلغ المجموع ١٤، وهو يتضمن درجة واحدة (أي تسعة واحدة فقط)، فيصرف للعضو عمولة واحدة. في المستوى الرابع يبلغ المجموع ٣٠، وهذا يتضمن ٣ درجات، تخصم منها درجة واحدة صرفت في المستوي السابق، يتبقى درجتان، فتصرف عمولتان = ١١٠ دولار. في المستوى الخامس يبلغ المجموع ٦٢، وهذا يتضمن ٦ درجات. تخصم منها الدرجات في المستوى السابق وهي ٣، فيبقى ٣ درجات، فيصرف ٣ عمولات، أي ٣ × ٥٥ = ١٦٥، وهكذا.

لاحظ أن العضو لا يحصل على أي عمولة قبل الشهر الثالث، أي أنه لا بد من نمو الهرم تحته بثلاثة مستويات قبل أن يحصل على العمولة. ولكن مقدار العمولة، وهو ٥٥ دولار، أقل من المبلغ الذي دفعه وهو ١٠٠ دولار. فلا بد إذن من أجل تحقيق أي ربح من نمو الهرم إلى أربعة مستويات تحت العضو على أقل تقدير.

إذا تابعنا نمو الهرم شهرياً (حسب الافتراض المنشور على موقع شركة بزناس)، سنجد أنه في نهاية السنة تتجاوز العمولة الشهرية للعضو ٢٥٠٠٠ دولار. وبعملية حسابية بسيطة نجد أن العمولة في منتصف السنة الثانية (الشهر ١٨) تتجاوز مليون وستمائة ألف شهرياً، بينما تتجاوز في نهاية السنة الثانية مائة مليون دولار شهرياً.

وهذا مصدر الإغراء في هذا النوع من البرامج الهرمية: مقابل مبلغ زهيد لا يتجاوز ١٠٠ دولار، يحصل المشترك على آلاف بل ملايين أضعاف المبلغ. ولذلك تسوق هذه الشركات برامجها من خلال وعود بالثراء الفاحش في مدة يسيرة من خلال النمو المضاعف للهرم.

أين الخلل؟

إن مكمن الخلل في هذا النظام هو أنه غير قابل للاستمرار، فلا بد له من نهاية يصطدم بها ويتوقف عندها. وإذا توقف كانت الطبقات الأخيرة من الأعضاء هي الخاسرة، والطبقات العليا هي الرابحة. والطبقات الأخيرة تفوق في العدد أضعاف الطبقات العليا، وهذا يعني أن الأكثرية تخسر لكي تربح الأقلية. ولذلك فإن هذه البرامج في حقيقتها تدليس وتغرير وبيع للوهم للجمهور لمصلحة القلة أصحاب الشركة.

لتتضح الصورة لنتابع نمو الهرم حسب الجدول السابق. في الشهر الثلاثين، أي منتصف السنة الثالثة، يبلغ مجموع أعضاء الهرم أكثر من ٢ مليار شخص، أي ثلث سكان المعمورة. في الشهر الذي يليه يبلغ المجموع ٤,٣ مليار، وفي الشهر الذي يليه (الثاني والثلاثين) ٨,٦ مليار.

لكنا نعلم أن سكان الكرة الأرضية لا يتجاوز عددهم ٦ مليار نسمة، وهذا يعني أن الهرم لا بد أن يتوقف قبل المستوى أو الشهر ٣٢، أي قبل نهاية السنة الثالثة، حيث يتجاوز مجموع الأعضاء ٨ مليارات. فإذا توقف النمو، فإن أعضاء المستويات الأخيرة لن ينجحوا في تحقيق أي مبيعات إضافية أو انضمام أعضاء جدد، فهم قد دفعوا ثمن الانضمام للبرنامج دون مقابل. هذه المبالغ تمثل خسارة على هؤلاء وربحاً للمستويات العليا.

إن حال الهرم يشبه إلى حد كبير حال نمو الورم السرطاني في الجسم. فالخلية السرطانية تنقسم باستمرار، و ذا يتضاعف حجم الورم في كل مرة. ونظراً لأن الورم هو أكثر الخلايا نمواً في الجسم، فإنه يستهلك من طاقة الجسم أكثر من بقية أجهزة الجسم العضوية. ومع النمو المتضاعف، يستأثر الورم بالطاقة دون بقية الجسم، لتكون النتيجة توقف أجهزة الجسم عن إنتاج الطاقة، ومن ثم وفاة الجسم. وإذا توقف إنتاج الطاقة فليس بمقدور خلايا الورم النمو، فتموت هي أيضاً. أي أن النمو المضاعف للورم هو نفسه سبب هلاكه في النهاية. وهذا هو الحال في التسويق الهرمي. فالنمو الأسي للهرم يستدعي دائماً انضمام أعضاء جدد ضعف أعضاء المستوى الأخير، وهذا يجعل حجم الهرم الكلي يتضاعف كذلك كل مرة. وكلما كبر الهرم كلما تضاعف العدد المطلوب للاستمرار. ولكن توافر هذه الأعداد الهائلة متعذر، فتكون النتيجة الحتمية هي ا يار الهرم و ايته، كما كانت اية الورم السرطاني.

ومن الناحية العملية سيتوقف الهرم قبل استنفاد الأعداد المطلوبة بكثير، إذ لا يمكن للسوق أن تستوعب هذا العدد الهائل من المبيعات. ومن المعروف في علم التسويق أن لكل منتج درجة معينة من المبيعات تبلغ السوق بعدها درجة التشبع (saturation)، فيتعذر بعدها تحقيق أي مبيعات إضافية، ومن ثم يتعذر نمو الهرم بعدها.

لنفترض أن التسويق توقف عند المستوى ١٨، حيث يبلغ أعضاء هذا المستوى أكثر قليلاً من ربع مليون. بناء على ما سبق فإن العضو لا يحصل على أي عمولة حتى يبلغ عدد المستويات تحته ٣ مستويات. أي أن المستويات الثلاثة الأخيرة (١٦، ١٧، ١٨) لن تحصل على أي عمولة، بينما سيحصل أعضاء المستوى الرابع من الأسفل (المستوى ١٥) على عمولة لكنها أقل مما دفعوه (العمولة ٥٥ دولار بينما كل منهم قد دفع ١٠٠ دولار). وإذا كان أعضاء المستوى الأخير نحو ربع مليون، والذي قبله ١٣١ ألف، والذي قبله ٦٥ ألف، فهذا يعني أن نحو ٤٥٠ ألف عضواً قد دفعوا نحو ٤٥ مليون دولار بدون أي مقابل. أما أعضاء المستوى الرابع من الأسفل (وعددهم نحو ٣٢ ألف) فسيحصل كل منهم على عمولة أقل من ثمن المنتجات التي اشتراها لينضم إلى البرنامج.

لاحظ أن نسبة أعضاء المستويات الأربعة الأخيرة (المستويات ١٥-١٨) إلى مجموع أعضاء الهرم تعادل ٩٣,٨ %. **أي أن نحو ٩٤% من أعضاء البرنامج خاسرون، بينما ٦% فقط هم الرابحون**.

وحتى لو فرض جدلاً استمرار البرنامج الهرمي في النمو، فإن واقع الهرم أن المستويات الأربعة الأخيرة دائماً خاسرة، ولا يمكنها الخروج من الخسارة إلا باستقطاب أعضاء جدد ليكونوا مستويات دنيا تحتهم، فتكون المستويات الجديدة هي الخاسرة، وهكذا. **فالخسارة لازمة لنمو الهرم**، ولا يمكن في أي لحظة من اللحظات أن يصبح الجميع رابحاً بحال من الأحوال.

وبهذا يتبين أن البرنامج الهرمي وهم أكثر منه حقيقة، وأن الأغلبية الساحقة من المشاركين في هذا البرنامج يخسرون لمصلحة القلة القليلة. ولهذا صدرت دراسات وكتابات كثيرة تحذر من هذه البرامج، وسيجد القارئ في نهاية البحث بعض المراجع لهذه الكتابات.

موقف القانون من البرامج الهرمية

تمنع القوانين في أكثر دول العالم برامج التسلسل الهرمي (pyramid schemes) حيث يدفع المشترك رسوماً لمجرد الانضمام للبرنامج، دون وجود أي منتج أو سلعة يتم تداولها. أما إذا كانت هناك سلع، فإن القانون الأمريكي حالياً لا يمنع منها، وهذه نقطة ضعف انتقدها كثير من الكتاب الغربيين بناء على أن السلعة في هذه البرامج هي مجرد ستار وذريعة للبرامج الممنوعة، إذ النتيجة واحدة في الحالين. ومع ذلك فإن وزارة التجارة الأمريكية تحذر الجمهور صراحة من أي برامج تسويق أو مبيعات تدعو لجذب مسوقين آخرين (انظر موقع وزارة التجارة الأمريكية: http://www.ftc.gov/bcp/conline/edcams/pyramid/index.html). وما القضية المرفوعة ضد سكاي بز، وهي شديدة الشبه ببزناس، إلا مثال عملي لرفض استخدام المنتجات ستاراً للتحايل على الجمهور. وسيأتي مزيد حول هذه النقطة لاحقاً.

ثانياً: التقويم الشرعي

الإسلام هو دين الفطرة، والشريعة الإسلامية قائمة على العدل ومنع الظلم، فإذا أدرك العقلاء ما في هذه المعاملة من الغش والاستيلاء على أموال الآخرين بغير حق ودعوا من ثم إلى منعها، فالإسلام أولى بذلك.

ويمكن تعليل القول بحرمة الاشتراك في هذا النوع من البرامج بالأسباب التالية:

١. أنه أكل للمال بالباطل.
٢. ابتنائه على الغرر المحرم شرعاً.

أكل المال بالباطل

تبين بوضوح مما سبق أن هذا النوع من البرامج لا يمكن أن ينمو إلا في وجود من يخسر لمصلحة من يربح، سواء توقف النمو أم لم يتوقف. فالخسارة وصف لازم للمستويات الأخيرة في جميع الأحوال، وبدونها لا يمكن تحقيق العمولات الخيالية للمستويات العليا. والخاسرون هم الأغلبية الساحقة كما سبق، والرابحون هم القلة. أي أن القلة كسبوا مال الأكثرية بدون حق، وهذا أكل المال بالباطل الذي نـزل القرآن بتحريمه. ويسمى هذا النمط عند الاقتصاديين: تعامل صفري (zero-sum game)، حيث ما يربحه البعض هو ما يخسره البقية.

الغرر

أصل الغرر المحرم: هو بذل المال مقابل عوض يغلب على الظن عدم وجوده أو تحققه على النحو المرغوب. ولذلك قال الفقهاء: الغرر هو التردد بين أمرين، أغلبهما أخوفهما (انظر الغرر وأثره في العقود، د. الصديق الضرير، ص ٣٠). والذي ينضم إلى هذا البرنامج يدفع مبلغاً من المال مقابل أرباح الغالب عدم تحققها.

ولبيان هذه النقطة أكثر، لنفترض أن احتمال نجاح العضو في إقناع آخر بالانضمام للبرنامج هو ٨٠%. بمعنى أن العضو إذا عرض على شخص شراء بضاعة من الشركة والانضمام إلى التسلسل الهرمي في التسويق، فالغالب أن هذا الشخص سيقبل العرض وينضم للبرنامج. لاحظ أن هذه النسبة أعلى بكثير من الواقع، لكنا نفترض تنفيذ البرنامج على أفضل الأحوال.

ما هو احتمال حصول العضو على عمولات تعوض ما دفعه؟ إذا كان احتمال نجاح كل عضو في الهرم في ضم شخص آخر إليه هو ٨٠ %، فإن احتمال تحقق ١٨ عملية (لكي يسترد المشترك رأسماله) يساوي:

$(٨٠ \%)^{١٨} = ١,٨ \%$

أي أنه احتمال تافه من الناحية العملية. أما تحقيق عمولة تساوي ٢٥٠٠٠ دولار شهرياً فيتطلب انضمام ٨١٩٠ شخصاً، واحتمال وقوع ذلك هو: $(٨٠ \%)^{٨١٩٠}$ = صفر. أي أنه بمنطق الاحتمالات الإحصائية يتعذر تحقيق هذه العمولة.

لاحظ أن هذه النسبة أقل بكثير من نسبة الفوز باليانصيب (lottery)، حيث تبلغ النسبة مقلوب مقدار الجائزة. فلو كانت الجائزة عشرة ملايين دولار، لكان احتمال الفوز للتذكرة الواحدة أقل قليلاً من واحد من عشرة ملايين، وهذا الاحتمال أكبر من احتمال تحقيق المسوق للأحلام التي يعدونه ا. واليانصيب أفضل من التسويق الهرمي من وجه آخر، وهو أن صاحب التذكرة لا يحتاج لبذل أي جهد أو عمل بعد شراء التذكرة. أما المسوق فهو يتعب ويكد نفسه ويخسر من ماله الخاص أكثر مما دفعه للانضمام للبرنامج الهرمي، مع أن احتمال ربحه وفوزه أقل بكثير من احتمال الفوز باليانصيب. فاليانصيب أكثر احتمالاً بالفوز وأقل كلفة. فإذا كان مع ذلك محرماً، فالتسويق الهرمي أولى بالتحريم.

وإذا علمنا أن الهرم لا بد أن يتوقف مهما كان الحال، فهذا يعني أن الدخول في هذا البرنامج في حقيقته مقامرة: كل يقامر على أنه سيربح قبل ا يار الهرم. ولو علم الشخص أنه سيكون من المستويات الدنيا حين ا يار الهرم لم يكن ليقبل بالدخول في البرنامج ولا بربع الثمن المطلوب، ولو علم أنه سيكون من المستويات العليا لرغب في الدخول ولو بأضعاف الثمن. وهذا حقيقة الغرر المحرم، إذ يقبل الشخص بالدخول على أمل الإثراء حتى لو كان احتمال تحقق هذا الأمل ضعيفاً جداً من حيث الواقع. فالثراء هو الذي يغري المرء لكي يدفع ثمن الانضمام للبرنامج، فهو يغره بالأحلام والأماني والوهم، بينما حقيقة الأمر أن احتمال خسارته أضعاف أضعاف احتمال كسبه.

شبهة وجود المنتج

أما الشبهة التي يتعذر ا المدافعون عن هذه البرامج، وهي وجود منتج حقيقي ينتفع به المشتري ومن ثم لا يعد خاسراً إذا توقف الهرم، فهي شبهة أول من ينقضها المسوقون والعاملون في هذه البرامج أنفسهم.

وذلك أ م حين تسويق هذه المنتجات نجدهم يعتمدون على إبراز العمولات التي يمكن تحقيقها من خلال الانضمام للبرنامج، بحيث يكون ذكر هذه العمولات الخيالية كافياً لإقناع الشخص بالشراء. فلو لم يكن الهدف هو التسويق لما لجأ الأعضاء إلى إغراء الجدد بعمولات التسويق. ولذلك لا يمكن أن يسوق العضو هذه المنتجات دون ذكر عمولات التسويق، فهذا يناقض مصلحة العضو نفسها التي انضم للبرنامج ابتداء من أجلها، وهي: جذب مسوقين جدد على شكل متسلسل لتحقيق الحلم بالثراء الموعود.

ومما يؤكد أن المنتج ما هو إلا ستار وهمي، المقارنة السريعة بين عمولات التسويق وبين منافع المنتجات نفسها. فهذه المنتجات قيمتها لا تتجاوز ١٠٠ دولار بحسب سعر الشركة المعلن. أما العمولات فتصل كما ذكرنا إلى ٢٥٠٠٠ دولار شهرياً، أو ما يعادل ٥٠٠٠٠ دولار في اية السنة الأولى فقط. فهل يوجد عاقل يقصد ما قيمته مائة ويدع خمسين ألفاً؟ لو وجد ذلك من شخص لما كان معدوداً من العقلاء. فالعاقل في المعاوضات المالية يبحث عن مصلحته، والمصلحة هي مع التسويق، فلا بد أن يكون القصد هو التسويق.

إن هذه المنتجات، مهما كانت فائد ا، لا يمكن أن تحقق للمشتري منافع تتجاوز في قيمتها تلك العمولات الخيالية الناتجة من التسويق. والعبرة، كما هو مقرر شرعاً، بالغالب. فقصد العمولات هو الغالب على قصد المنتجات، فيكون الحكم مبنياً على ذلك.

ومما يؤكد أن شراء المنتجات غير مراد: أن البرامج والمواد التدريبية لمنتجات ميكروسوفت، خصوصاً أوفيس، توجد بكثرة على الإنترنت، وكثير منها متوفر مجاناً. وهناك برامج تدريبية متخصصة لجميع برامج أوفيس تتراوح قيمتها بين ٢٠-٣٥ دولاراً. أما إنشاء موقع وبريد على الإنترنت، فهذا يمكن الحصول عليه مقابل ١٠ دولار في السنة بسهولة. بينما تبيع الشركة منتجا ا بـ ٩٩ دولاراً سنوياً. أي أ ا تزيد الثمن عن المتاح فعلياً بما لا يقل عن ٥٥ دولاراً.

وهذه الزيادة في الثمن لم تكن لتوجد لولا برنامج التسويق الهرمي هذا. فيقال في ذلك كما قال شيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله: "أفلا أفردت أحد العقدين عن الآخر ثم نظرت هل كنت مبتاعها أو بايعه ذا الثمن؟" (بيان الدليل، ص ٢٣٨، ط المكتب الإسلامي). فلو أفرد الانضمام عن الشراء لما كان سعر السلعة ذا المقدار.

ولا يتردد المسؤولون في الشركة في التصريح بأن التكلفة الفعلية للمنتجات تعادل ٢٤ دولار، أما المتبقي، وهو ٧٥ دولار، فهو مخصص لمصاريف "التسويق." ولكن بدلاً من صرف هذا المبلغ على الدعايات

والإعلانات كما هو الحال في المنتجات الأخرى، فإن الشركة تصرفها على عملائها الذين يقومون بشراء منتجا ا. وهذا في نظرهم أفضل لمصلحة العميل من الطريقة "التقليدية" في الإعلان.

والحقيقة أن هذا الزعم يناقض الواقع. وبعملية حسابية بسيطة يتبين مدى الغبن الذي يقع على العميل أو العضو المسوق من هذا الأسلوب. إذ تشترط الشركة أن يستقطب المسوق ٩ أشخاص قبل أن تصرف له العمولة، وهي ٥٥ دولار كما سبق. ولكن مبيعات ٩ أشخاص (عدا المسوق نفسه) تعني أن الشركة حصلت على ربح فوق تكلفة المنتجات يعادل ٩×٧٥ = ٦٧٥ دولار، صرف منها ٥٥، فيبقى ٦٢٠ دولار. أي أنه مقابل كل ٩ أعضاء جدد يحصل المسوق على ٥٥ في حين يحصل أصحاب الشركة على صافي ربح ٦٢٠ دولار. وهذا غبن فاحش، فكيف يقال مع ذلك إن تكاليف التسويق تصرف للأعضاء؟! فهذا المبلغ، وهو ٧٥ دولار، هو في الحقيقة رسوم الاشتراك في البرنامج، ومعظمه كما ترى يذهب لأصحاب الشركة.

ومما يبين أن الهدف من الشراء هو الاشتراك في التسويق وليس المنتجات:

- إن لوائح وأنظمة الشركة معظمها يتعلق بشروط وأحكام الانضمام وصرف العمولات، وأما مجرد الشراء فتحكمه بضعة فقرات. فهل هذا صنيع من هدفه تسويق السلعة فحسب والانضمام تابع لها أم العكس؟
- أن الشركة تشترط للاستمرار في البرنامج لأكثر من سنة دفع نفس المبلغ مرة أخرى. وواضح أن هذا لا لشيء سوى استمرار التسويق، فالبرامج تم شراؤها من المرة الأولى، والبرامج الجديدة إن وجدت لا تعادل في القيمة المبلغ المطلوب.
- لو كانت الشركة تبيع المنتجات فعلاً لكانت توجه دعمها لمنتجا ا، بينما نجد من خلال لوائح وأنظمة الشركة أ ا تبيع المنتجات كما هي ودون أي مسؤولية، في حين تقدم الدعم لبرامج التسويق وكسب الأعضاء، كما تنص عليه اللائحة. فهل هذا صنيع من يبيع منتجات حقيقية؟
- أن الشركة تسمح لمن يرغب في التسويق دون شراء المنتجات، لكنها لا تتيح له الاستفادة من خدمات موقع الشركة على الإنترنت للتسويق، بل من خلال الفاكس. كما أ ا لا تقبل أن يكون من دونه في التسلسل الهرمي هم أيضاً مسوقون بدون شراء، بل لا بد من الشراء ممن يليه لكي يحصل على العمولة. وواضح أن هذا تضييق على التسويق بدون شراء. وتجدر الإشارة إلى أن شركة سكاي بز الأمريكية، التي سبقت الإشارة إليها، تملك نفس التنظيم والترتيب لإجراءات التسويق بدون شراء. ومع ذلك اعتبرت وزارة التجارة الأمريكية الشركة مجرد بناء هرمي ولا قيمة للمنتج (انظر التقرير المنشور في: http://www.mlmsurvivor.com/resources/sky_biz_pvn-vandernat.pdf).

والحاصل أن المنتجات التي تبيعها الشركة ما هي إلا ستار للانضمام للبرنامج، بينما الانضمام للبرنامج مقابل ثمن من الغرر وأكل المال بالباطل، كما تقدم، ومنعه محل اتفاق بين الفقه الإسلامي والقانون الوضعي. فالتحيل بتقديم المنتج لا قيمة له في الشريعة الإسلامية، لأن العبرة بالمآل، والحكم يدور مع علته وجوداً وعدماً. فإذا كانت العلة قائمة سواء وجد المنتج أم لم يوجد، فلن يغير وجوده من الحكم شيئاً. وإذا كان القانون الوضعي عاجزاً عن معالجة هذا الاحتيال، فهو لذلك محل انتقاد من المحللين والكتاب الغربيين، إلا أن الفقه الإسلامي بحمد الله أكمل وأقوم، إذ هو مبني على الوحي الذي لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه. ولذلك جاءت النصوص الصريحة عن النبي صلى الله عليه وسلم بسد أبواب التحايل المقيت، مثل نهيه صلى الله عليه وسلم عن بيعتين في بيعة، وعن سلف وبيع، وعن شرطين في بيع. كل ذلك منعاً للالتفاف على أحكام الشريعة المطهرة وإفراغها من مضمونها، فهي شريعة كاملة لا نقص فيها ولا خلل: ﴿ومن أحسن من الله حكماً لقوم يوقنون﴾.

الفرق بين التسويق الهرمي والسمسرة

ومن خلال ما تقدم يتبين أن التسويق الهرمي ليس مجرد سمسرة كما تزعم الشركة في موقعها، وكما حاولت أن توحي بذلك لأهل العلم الذين سألوهم عنها. فالسمسرة عقد يحصل بموجبه السمسار على أجر لقاء بيع سلعة. أما التسويق الهرمي فالمسوق هو نفسه يدفع أجراً لكي يكون مسوقاً، وهذا عكس السمسرة. كما أن الهدف من التسويق الهرمي ليس بيع بضاعة أو خدمة، بل جذب مسوقين جدد ليجذبوا بدورهم مسوقين آخرين، وهكذا. وقد سبق أن هذا التسلسل لا يمكن أن يستمر بلا نهاية. فهذا التسلسل باطل لأنه لا بد أن يتوقف. وحينئذ فالمسوق الأخير خاسر بالضرورة لأنه لم يجد من يقبل الانضمام إلى البرنامج الهرمي. لكن لا وجود لهذا التسلسل في السمسرة أو التسويق العادي. فالتسوية بين الأمرين كالتسوية بين البيع والربا من الذين حكى الله تعالى عنهم في القرآن: ﴿ذلك بأنهم قالوا إنما البيع مثل الربا﴾. وهي كالتسوية بين البيع وبين العينة الممنوعة بالنص. فالتسويق الهرمي أخص من مطلق التسويق، وقد تضمن من الخصائص والشروط ما يجعله عقداً باطلاً، فلا يصح قياس أحدهما على الآخر.

ومما يبين الفرق بين الأمرين أن السمسرة أو التسويق العادي يتم من خلال ضوابط تنظم العلاقة بين المسوقين لكي يضمن كل منهم عمولته. فالشركة البائعة للمنتجات تحدد لكل مسوق (أو لكل موزع لمنتجاتها أو لكل فرع من الفروع) نطاقاً محدداً يختص به، تجنباً لإضرار الموزعين بعضهم لبعض إذا تكدسوا في منطقة واحدة. فهذا التكدس من جهة مضر بمنتجات الشركة لأنه يؤدي إلى تشبع السوق المحلي، كما سبق. كما أنه مضر بالموزعين أو المسوقين أنفسهم، لأنه يحرم بعضهم من البيع ومن ثم من عمولة التسويق.

أما في التسويق الهرمي فلا يوجد أي ضوابط للتسويق، ولا توجد حدود تنظم عمل كل موزع أو كل سمسار. والسبب أن الهدف ليس المنتجات وإنما الانضمام للهرم. والانضمام يتطلب أعداداً متزايدة من الأعضاء

الجدد دائماً، ولذلك لا توجد مصلحة من تحديد مجال اختصاص لكل مسوق، بل هذا مضر بنمو الهرم، ومن ثم بعوائد أصحاب الشركة.

وحقيقة الأمر أن النظام الهرمي يجعل السلعة الحقيقية التي يبيعها الأعضاء هي العمولات الموعودة من الانضمام للهرم، وليس المنتجات التي لا تتجاوز قيمتها ٢,٠% من عمولات التسويق للسنة الأولى فحسب. أما السمسرة أو التسويق المعروف فهو نيابة في البيع مقابل عمولة. فالعائد الحقيقي للسمسار ينبع من المبيعات المباشرة للمنتجات على المستهلكين الفعليين، وليس من مشتريات المسوقين الجدد.

ولهذا السبب تشترط عدة ولايات أمريكية أن يكون عائد التسويق المباشر للمستهلك النهائي لا يقل عن ٧٠% من إجمالي عوائد التسويق. بمعنى ألا يزيد عائد التسويق على المسوقين الجدد عن ٣٠% من عوائد الشركة. وما ذلك إلا تأكيداً للفرق بين البيع على المستفيد الفعلي من المنتج، وبين البيع على من يريد الانضمام إلى هرم المسوقين طمعاً في العمولات الهائلة التي يعدونه ا.

الخلاصة

إن البرامج القائمة على التسلسل الهرمي، ومنها البرنامج المذكور في السؤال، مبنية على أكل المال بالباطل والتغرير بالآخرين، لأن هذا التسلسل لا يمكن أن يستمر بلا اية، فإذا توقف كانت النتيجة ربح الأقلية على حساب خسارة الأكثرية. كما أن منطق التسويق الهرمي يعتمد على عوائد فاحشة للطبقات العليا على حساب الطبقات الدنيا من الهرم. فالطبقات الأخيرة خاسرة دائماً حتى لو فرض عدم توقف البرنامج. ولا يفيد في مشروعة هذا العمل وجود المنتج، بل هذا يجعله داخلاً ضمن الحيل المحرمة. والعلم عند الله تعالى.

مصادر مفيدة حول الموضوع

http://www.falseprofits.com
http://www.pyramidschemealert.org
http://www.skepdic.com/pyramid.html
http://www.ftc.gov/speeches/other/dvimf16.htm
http://www.impulse.net/~thebob/Pyramid.html
http://www.mlmsurvivor.com

بسم الله الرحمن الرحيم

تقويم نظام "هبة الجزيرة"

٢٢ رمضان ١٤٢٥هـ - ٥ نوفمبر ٢٠٠٤م

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

أما بعد:

فإن تقويم نظام شركة "هبة الجزيرة" يتلخص في مقامين:

الأول: حقيقة النظام والهدف المقصود منه.

الثاني: حكمه وفقاً للقواعد الشرعية.

المقام الأول: حقيقة النظام والمقصود منه

بناء على الشرح المقدم في موقع الشركة، فإن العميل يشتري قرصاً ممغنطاً بخمسمائة ريال، ثم بعد فترة يمنح حافزاً قدره ٧٠٠ ريال عن كل قرص اشتراه بحسب "قوة السوق"، ثم بعد فترة أيضاً وبحسب "قوة السوق"، يمنح المتسوق مبلغ ١٥٠٠٠ ريال، وذلك "هبة من الشركة" على حد تعبير الموقع.

فالعميل إذن يدفع ٥٠٠ ريال مقابل القرص من جهة، والحوافز والهبات التي تشكل في مجموعها ١٥٧٠٠ ريال. ولا نحتاج لكبير عناء لنعرف ما هو مقصود العميل من الشراء. فالقرص قيمته ٥٠٠ ريال، أما "الهبة" فتبلغ ١٥٠٠٠. وكل عاقل يبحث عن مصلحته يدرك أن هذه "الهبة" أكثر قيمة وأجدى اقتصادياً من القرص. فالمقصود الأهم والأعظم من الشراء هو الهبة. أما القُرص فإما أن يكون غير مقصود أصلاً، أو على أحسن الأحوال مقصوداً بحسب قيمته. فإذا كانت قيمة القُرص ٥٠٠ والهبة ١٥٠٠٠، فسيكون القُرص مقصوداً بنسبة ٣%، وهي نسبة ١٥٥٠٠/٥٠٠، أما الهبة فستكون مقصودة بنسبة ٩٧%.

أما من الناحية الاقتصادية، فالسؤال الذي يطرح نفسه: من أين تأتي هذه "الهبة" التي تعادل أكثر من ٣٢ ضعف الثمن المدفوع؟

إن الموقع نفسه يصرح بأن منح الهبة يعتمد على "قوة السوق"، كما ينص على أنه يتم توزيعها بين المتسوقين أو العملاء "بالاعتماد على مبدأ الأول ثم الذي يليه". وواضح أن هذه الهبات الكبيرة إذن تعتمد على تسلسل العملاء في الشراء، فالهبة تذهب لمن اشترى أولاً، ثم الذين اشتروا بعدهم وهكذا.

والموقع يشير إلى أن منح الهبة مرتبط بقوة السوق، والمقصود بذلك هو مستوى الإقبال على شراء المنتج من الشركة. فكلما ارتفع الإقبال وازداد عدد المتسوقين، كلما كانت فرصة الحصول على "الهبة" أكبر.

والموقع يذكر أن مصدر هذه الهبات هو الأرباح التي تحصل عليها الشركة بعد استقطاع نصيبها البالغ ١٠%. وبناء على ما جاء في الموقع، فإن سعر القُرص يجب ألا يقل عن ٣٠٠ ولا يزيد عن ١٠٠٠ ريال. وهذا يعني أن التكلفة لا تتجاوز ٣٠٠ ريال بحال من الأحوال. فإذا افترضنا تنـزلاً أن التكلفة في حدود ١٥٠-٢٠٠ ريال، فهذا يعني أن الربح يبلغ ٣٠٠-٣٥٠ ريال للقرص الواحد. ويمكننا من باب التبسيط أن نفترض أن صافي الربح بعد استقطاع نصيب الشركة يبلغ ٣٠٠ ريال للقرص. فكم يجب أن يكون عدد الأقراص المباعة لتمنح الشركة هبة ١٥٠٠٠ ريال للمتسوق الأول؟ الجواب بحسب الافتراض السابق: ١٥٠٠٠/٣٠٠ = ٥٠ قرصاً. أي أنه يجب أن يوجد ٥٠ متسوقاً بعد المتسوق الأول، إذا كان كل متسوق يشتري قرصاً واحداً. ولكي يمنح المتسوق الثاني ١٥٠٠٠ ريال فيجب أن يوجد بعده ٥٠ متسوقاً أيضاً، وهكذا. وكل واحد من هؤلاء يحتاج ٥٠ متسوقاً بعده ليحصل على هذه "الهبة."

أي أن المتسوق الأول يحصل على هبات مالية من خلال ما يدفعه من يأتي بعده، ومن بعده ممن بعده، وهكذا. وكل منهم لا بد أن يوجد بعده عدد أكبر من المشتركين ليمكن تحقيق مبلغ "الهبة"، فتكون النتيجة النهائية هرماً من المتسوقين، كل طبقة فيه أكبر من التي تليها. وينمو هذا الهرم بحسب "قوة السوق" وبحسب مستوى الانضمام للهرم.

وهذا هو بعينه نظام التسلسل الهرمي الذي تقوم عليه شركات التسويق الشبكي، والذي تزعم الشركة أنه لا علاقة لها به إطلاقاً. إن النظام الهرمي في جوهره لا يختلف بين هذه الشركات، بما فيها شركة هبة الجزيرة، لكن قد تختلف هذه الشركات فيما بينها في الإجراءات والتنظيمات التفصيلية. لكن المبدأ والجوهر واحد: كل عضو يدفع لكي يحصل على مبلغ ممن يليه، وكل طبقة من المشتركين يجب أن تليها طبقة أكبر منها ليمكن جمع العمولات أو "الهبات" الموعودة.

وكما سبق بيانه في مناسبات عديدة، فإن الهرم لا يمكن أن يستمر في النمو إلى ما لا اية. فإذا توقف كانت الطبقات الأخيرة قد دفعت الثمن دون أن تحصل على "الهبة" التي كانوا يحلمون ا. فهي في حقيقة الأمر خاسرة لأ ا لم تحقق الغرض الذي دفعت الثمن لأجله. وحتى في أثناء نمو الهرم، فإن كل طبقة لا يتحقق مقصودها إلا إذا جاءت بعدها طبقة أو أكثر لتحصل على العمولات أو الهبات الموعودة. فالطبقات الأخيرة دائماً خاسرة إلا إذا وجد بعدها من يدفع ويتحمل الخسارة إلى أن يأتي بعدها من يتحملها بدوره، وهكذا.

فالقول بأن نظام هبة الجزيرة لا علاقة له بالتسلسل الهرمي قول ينافي الواقع ويناقض المعطيات المصرح ا في موقع الشركة. وليس هذا غريباً عن هذه الشركات التي تجتهد بكل وسيلة لإخفاء الحقيقة عن أعين الناس، ولو كانت كالشمس في رابعة النهار.

المقام الثاني: حكم هذا النظام وفق القواعد الشرعية

إن الحكم على هذا النظام يتناول جانبين: جانب العقد بين المتسوق والشركة، وجانب مجموع المتسوقين وكيفية عمل النظام بمجموعه.

أولاً: العقد بين المتسوق وبين الشركة

إن الشركة تصرح في أنظمتها أن المتسوق يدفع ٥٠٠ ريال ليحصل على القُرص بالإضافة إلى حافز قدره ٧٠٠ ريال وهبة قدرها ١٥٠٠٠. وكل من الحافز والهبة غير مضمون، بل هو بحسب ما أسموه قوة السوق. أي أن الحوافز والهبات غير متيقنة ولا مضمونة، بل هي احتمالية. وإذا قصرنا النظر على الهبة فتكون النتيجة أن المتسوق يدفع ٥٠٠ مقابل قُرص بالإضافة إلى ١٥٠٠٠ احتمالية الحصول.

وسبق في المقام الأول أن مقصود المتسوق الأهم والأكبر هو الهبة وليس القُرص، وأن هذا هو شأن العقلاء الذين يبحثون عن مصالحهم. فالمقصود إذن هو مبادلة ٥٠٠ ريال بـ ١٥٠٠٠ ريال قد تحصل وقد لا تحصل، وهذا هو القمار والميسر المحرم شرعاً. وفوق ذلك فإنه مبادلة لنقد بنقد مع التفاضل والتأخير ، فيدخل في الربا.

وأما وجود القُرص فهو إما أن يكون غير مقصود أصلاً، أو على أحسن الأحوال مقصوداً تبعاً، وإنما المقصود الأكبر والأعظم هو مبلغ الهبة. ومما يؤكد ذلك ما صرح به موقع الشركة أن من ثمرات النظام أنه "تم عقد قران أربعة من الشباب الذين استفادوا من هبات هذا النظام. وقد امتلك ثلاثة من المتسوقين منازل خاصة بعد أن كانوا في منازل مستأجرة ... " إلخ.

ولك أن تتخيل أخي القارئ كم حجم الهبات التي حصل عليها من تمكن من الزواج أو شراء بيت. إ ا لا بد أن تبلغ عشرات الألوف بل المئات منها. أليس هذا أوضح دليل على أن المقصود من النظام هو الهبات وليس الأقراص؟ فالأقراص لا تزوج عزباً ولا تشتري بيتاً. فإذا كان هذا هو المقصود الحقيقي من النظام فما الداعي إذن لوجود الأقراص ابتداء؟ ولم لا يكون النظام اشتراكات نقدية مقابل "هبات" تحصل بحسب "قوة السوق"؟ الجواب واضح، فإن غياب القُرص يكشف حقيقة النظام وأنه مبادلة نقد بنقد، من جنس اليانصيب. فكم من فقير وأعزب ومستأجر استغنى وتزوج وامتلك بيتاً بسبب جوائز اليانصيب، فهل هذا كاف في الحكم بالجواز؟ وهل ذا تصدر الأحكام الشرعية؟

فإذا كان المقصود الحقيقي والأغلب من المبادلة هو الهبة، كان الحكم مبنياً على ذلك، فتكون مبادلة نقد بنقد محتمل، مع التفاضل والتأخير، فيجتمع فيها الميسر والربا. وأما الاحتجاج بأن هذا من أسباب مكافحة الفقر، فتأتي مناقشته إن شاء الله عند مناقشة النظام بمجموعه.

ضابط الحيل

تتنوع صور التحايل على الربا والقمار، إلا أن من أبرزها أن يضم صاحب الحيلة سلعة غير مقصودة إلى أحد البدلين، ثم يزعم أن المقصود هو السلعة وليس البدل المحرم.

ولكن الفقهاء كانوا أكثر فطنة من أصحاب الحيل، ولهذا اتفقوا على منع مبادلة نقد بنقد أكثر منه، ومع النقد الأكثر سلعة. وهذ المسألة تسمى عندالفقهاء: مد عجوة. وذلك كمن يبادل ١٠٠٠ ريال بسلعة ومعها ١٥٠٠، فلا خلاف بينهم في منع هذه المبادلة، وذلك أن الزيادة في النقد المضموم للسلعة لا يقابلها شئ في الطرف الآخر. والبائع لا يقبل في الحقيقة هذا التبادل إذا كان النقد الأكثر حاضراً، لأنه زيادة بلا مقابل، فتكون خسارة محضة. وإنما يمكن أن يقبل ذلك إذا كان النقد الأكثر إما مؤجلاً في الذمة، فتكون المبادلة في الحقيقة قرضاً بزيادة وأدخلت السلعة تمويهاً وتحايلاً على الربا. أو يكون النقد الأكثر محتمل الحصول، فتكون تحايلاً على الميسر والقمار.

وهذا هو الحاصل بالضبط في نظام "هبة الجزيرة": فالمتسوق يدفع ٥٠٠ مقابل القُرص ومعه ١٥٠٠٠. ومعلوم أنه لا يمكن أن يقبل بذلك البائع إلا إذا كان مبلغ الـ ١٥٠٠٠ احتمالياً قد يحصل ولا يحصل، فيكون وجود القُرص حيلة وتلبيساً لحقيقة المعاملة وهي الميسر والمقامرة.

والفقه الإسلامي بحمد الله أعظم وأجلّ من أن تنطلي عليه هذه الحيل المذمومة، وإن كان قد يقع خلاف بين الفقهاء في بعض المعاملات هل هي من الحيل المذمومة أم لا. لكن فيما اتفقوا عليه وفي الأدلة الصحيحة ما يكشف وجه الحق في هذه المسائل، لأن الله تعالى عصم هذه الأمة من الاجتماع على ضلالة. وفي النهاية فإن الله عز وجل هو المطلع على قلب كل إنسان ومراده، فمن قصد الحق وبحث عنه وتجرد للدليل فسيتبين له الحق عاجلاً أو آجلاً، وهو في ذلك مأجور إن شاء الله. ومن أراد تتبع الرخص والتلفيق بين الآراء بما يرضي هواه لا بما يرضي مولاه، فسيجد عمله عند من لا تخفى عليه خافية.

الأسماء لا تغير الحقائق

وأما تسميتها بالهبة، فهو من تسمية الأشياء بغير اسمها الذي حذر منه النبي صلى الله عليه وسلم في أحاديث عديدة، في الصحيح وغيره. والأحكام الشرعية لا تتعلق بالأسماء إذا كانت تنافي الحقائق. فسواء سميت هبة أو هدية أو مكافأة أو منحة أو غير ذلك من الأسماء، فهذا لا يغير حقيقة أ ا المقصود الأهم في المعاوضة.

وقد بين النبي صلى الله عليه وسلم أن الهدية قد تكون رشوة وغلولاً، كما في قصة الرجل الذي بعثه النبي صلى الله عليه وسلم لجمع الصدقة، فلما جاء للنبي صلى الله عليه وسلم قال: هذا لكم وهذا أهدي إلي، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "أفلا قعدت في بيت أبيك وأمك فتنظر أيهدى إليك أم لا ؟" ثم قام خطيباً فحمد الله وأثنى عليه ثم قال: "أما بعد فإني أستعمل الرجل منكم على العمل مما ولاني الله، فيأتي فيقول هذا لكم وهذا هدية أهديت لي، أفلا جلس في بيت أبيه وأمه حتى تأتيه هديته إن كان صادقاً؟ والله لا يأخذ أحد منكم شيئا بغير حقه إلا لقي الله يحمله يوم القيامة" الحديث، متفق عليه، ورواه أحمد أبو داود.

فهذه التي أسماها الرجل هدية إنما هي سحت وغلول، فمجرد التسمية لا يغير من الحقيقة شيئاً، وإنما هي من التحايل المذموم على الشرع. ولذلك ذكر البخاري رحمه الله هذه القصة في كتاب الحيل. والتحايل لا يجعل الحرام حلالاً، بل يزيده تحريماً، لأنه يجمع بين حرمة الفعل وبين حرمة التحايل والتدليس.

فيقال لمن يسمي مبلغ الـ ١٥٠٠٠ ريالاً هبة أو هدية: هلا جلست في بيت أبيك وأمك فتنظر هل يهدى إليك هذا المبلغ أم لا؟ فهذه الهدية لا تعطى إلا لمن اشترى ودفع الثمن، فتكون إذن جزءاً من المعاوضة، وليست هبة كما سموها.

وفي صحيح البخاري أن عبد الله بن سلام رضي الله عنه قال لأبي بردة بن أبي موسى الأشعري: "إنك بأرض الربا ا فاش، فإذا كان لك على رجل حق فأهدى إليك حمل تبن أو حمل شعير أو حمل قت فلا تأخذه فإنه ربا". فبين رضي الله عنه أن هذه التي تبدو هدية ظاهراً هي ربا في حقيقتها، وإخراجها على صورة هدية لا يغير من الحكم شيئاً. وعبد الله بن سلام رضي الله عنه كان من أحبار اليهود قبل أن يسلم، فهو خبير بالربا وصوره وأنواعه. فقوله هذا مبني على علم وخبرة بحقيقة الربا، مع ما من الله به عليه من العلم والفقه والصحبة.

ولذلك قرر شيخ الإسلام أن الهدية إذا وجدت لسبب أخذت حكم ذلك السبب، وجعل ذلك من أصول الشريعة: "وهو أن كل من أهدي له شئ أو وهب له شئ بسبب، فإنه يثبت له حكم ذلك السبب، بحيث يستحق من يستحق ذلك السبب، ويثبت بثبوته، ويزول بزواله، ويحرم بحرمته، ويحل بحله حيث جاز له قبول الهدية. مثل من أُهدي له للقَرض، فإنه يثبت له حكم بدل القَرض. وكذلك من أُهدي له لولاية مشتركة بينه وبين غيره، كالإمام وأمير الجيش وساعي الصدقات، فإنه يثبت في الهدية حكم ذلك الاشتراك. ولو كانت الهدية قبل العقد (أي عقد النكاح)، وقد وعدوه بالنكاح فزوجوا غيره، رجع ا" (الاختيارات ص٣٣٤). وهذا يرجع في النهاية إلى قاعدة الشريعة في اعتبار المقاصد والنيات، وهي قاعدة كلية ثبتت من نصوص متواترة تبلغ حد القطع.

إذا ثبت ذلك فإن ما سمي هبة في هذه المعاملة ما هو في الحقيقة إلا عوض عن الثمن المدفوع، إذ لا يحصل على الهبة إلا من اشترى ودفع الثمن. ولما كان هذا العوض هو المقصود أساساً، وكان احتمالياً قد يحصل

وقد لا يحصل، فالمعاملة إذن من الميسر المحرم بالنص والإجماع. ولا يفيد تسمية العوض الاحتمالي هبة أو هدية إلا زيادة الإثم والتحريم، كما سبق.

ثانياً: حكم النظام بمجموعه

سبق أن مصدر "الهبة" في هذه المعاملة هو مشتريات المتسوقين التالين للمتسوق الأول، وكل من يحصل على الهبة إنما يحصل عليها ممن يأتي بعده من المتسوقين. فالطبقات الأخيرة من المتسوقين لا تربح الهبة إلا إذا وجد بعدها طبقات جديدة. وهذا يعني أن من يكسب الهبة إنما يكسبها على حساب من يأتي بعده، وهذا لا يكسب إلا على حساب من بعده، وهكذا. فالطبقات الأخيرة دائماً خاسرة، لأن المقصود من الثمن هو الهبة كما سبق، والهبة لا تتحقق إلا بوجود طبقات تالية تتحمل هي الثمن لتحصل الهبة لمن سبقهم، وتحصل هي على الهبة ممن بعدهم. فلا يوجد من يربح إذن إلا بوجود من يخسر، وهذا هو حقيقة أكل المال بالباطل المحرم شرعاً.

أضف إلى ذلك أن من طبيعة النظام الهرمي الذي ينشأ ذا الأسلوب أن الطبقات الدنيا الخاسرة أكبر بكثير من الطبقات العليا الرابحة. ورياضياً فإن نسبة من يربح في الهرم لا تتجاوز ٦%، بينما ٩٤% من أعضاء الهرم يخسرون. فالغالبية تخسر لكي تربح الأقلية، وهذا مع ما فيه من الظلم وأكل المال بالباطل، فإنه يؤدي إلى سوء تركيز الثروة الذي تحرمه جميع الشرائع التي تراعي العدالة الاجتماعية، فضلاً عن الشريعة الإسلامية.

فالنظام الهرمي في أصل طبيعته وتكوينه قائم على ربح الأقلية في أعلى الهرم على حساب الأكثرية ممن دو م. وهذا النظام يجمع بين أكل المال بالباطل وبين سوء توزيع الثروة وتركيزها في يد الأقلية، وهي عين المفسدة التي تنشأ عن الربا والاحتكار، وحرمها القرآن بقوله تعالى: كيلا يكون دولة بين الأغنياء منكم . فلا يشك عاقل درس هذا النظام وأدرك حقيقته وكيفية عمله أنه مناقض للشريعة الإسلامية مناقضة صريحة، فهو كما قيل: تصوره كاف في إبطاله.

<u>الغاية لا تبرر الوسيلة</u>

تفخر الشركة في موقعها بأن من ثمرات النظام زواج عدد من المتسوقين عن طريق الهبات التي حصلوا عليها، وتملك بعضهم بيوتاً بعد أن كانوا في منازل مستأجرة، "وما علم الله به أكثر وأعظم." ثم أشاروا إلى ما لهذا النظام من "الأثر الكبير في مكافحة الفقر والارتفاع بمستوى المعيشة بإذن الله تعالى. ومعلوم أن الشريعة الغراء من مقاصدها رفع الفقر عن المسلمين" إلى آخر ما جاء فيه.

وأول ما يلاحظ هنا هو الاعتماد على مقاصد الشريعة بعد أن كانت مغيبة عند تبرير بيع القُرص وأنه عوض الثمن المدفوع. فإن كانت العبرة بالمقاصد فما الحاجة إذن لبيع الأقراص؟ إن هذه الأقراص لا تسمن ولا تغني من جوع في مكافحة الفقر وتزويج الشباب وإيواء المشردين. وكما سبق، فإن هذا من أوضح الأدلة على

أن المقصود من النظام هو الهبات وليس الأقراص، فالواجب إذن تقويم النظام ذا الاعتبار. ولكن هذا يعني أن النظام لا يعدو أن يكون صورة من الميسر، لأنه نقد مقابل نقد قد يحصل وقد لا يحصل.

ونقول ثانياً: لا ريب أن مكافحة الفقر من مقاصد التشريع الإسلامي، لكن الغاية لا تبرر الوسيلة، فلا يجوز سلوك طرق غير مشروعة لتحقيق الهدف المشروع. وقد كان الميسر في الجاهلية يتباهى به العرب في إعطاء المحتاج والفقير، ومع ذلك نزل القرآن بتحريمه قطعاً. كما أن اليانصيب الحكومي في دول الغرب وغيرها هدفه مكافحة الفقر وعلاج المرضى وتوظيف العاطلين، وغير ذلك من الأهداف الاجتماعية. فهل هذا يجعل اليانصيب مشروعاً؟ إن الله تعالى طيب لا يقبل إلا طيباً، فمن رام تحقيق الأهداف النبيلة فلا بد له من سلوك الطرق المناسبة لهذه الأهداف.

ونقول ثالثاً: إن هذا النظام هو نفسه من أسباب الفقر، لأنه يركز الثروة في أيدي القلة القليلة على حساب الكثرة الكاثرة، كما سبق. فإن كان الهدف هومكافحة الفقر ومحاربة تركيز الثروة، فالواجب منع هذا النظام ومحاربته. وهذا يؤكد أن الوسائل المحرمة لا تفضي إلى مصالح مشروعة، بل إلى مفاسد محرمة. ومن نظر إلى الوسائل وأعرض عن المآلات، أو نظر إلى المآلات وأعرض عن الوسائل، وقع في التناقض ولا بد. ومن جمع بينهما ائتلفت عنده المقاصد والأحكام، واتفق الحكم الخاص بالعقد مع الحكم العام للنظام بمجموعه، وهذا بحمد الله بين لكل منصف.

الخلاصة

إن نظام هبة الجزيرة يجمع بين الميسر والربا، مع ما فيه من التحايل المذموم، فهو محرم شرعاً. وبيان ذلك:

١. إن المقصود الأهم من الشراء هو الهبة، وهذا هو شأن العقلاء الذين تتعلق م الأحكام الشرعية، وهو الواقع الذي ثبت بالرؤية والمشاهدة، وباعتراف أصحاب الشركة أنفسهم. والقُرص ما هو إلا ستار وحيلة لإخفاء حقيقة المعاملة.

٢. إن المعاملة بذلك تصبح مبادلة بين ٥٠٠ نقداً و١٥٠٠٠ محتملة، وهذا يجمع بين القمار وبين الربا، وكلاهما محرم بالنص والإجماع.

٣. إن النظام بمجموعه هو النظام الهرمي القائم على أكل المال بالباطل وربح الأقلية على حساب الأكثرية، وكلاهما محرم أيضاً بالنص والإجماع.

وختاماً ندعو كل من يرتاب في صحة هذه النتائج إلى النظر في حقيقة هذه المعاملة وغايتها، والنظر في واقع المتعاملين وما الذي يسعون له فعلاً، ثم عرض هذه الحقيقة وهذه الغاية على قواعد الشريعة وأحكامها ومقاصدها. فالأحكام الشرعية تبنى على الحقائق والمقاصد، لا على الصور والمظاهر إذا ناقضت الحقائق.

اللهم رب جبرائيل وميكائيل وإسرافيل، فاطر السماوات والأرض، عالم الغيب والشهادة، أنت تحكم بين عبادك فيما كانوا فيه يختلفون، اهدنا وإخواننا لما اختلف فيه من الحق بإذنك، إنك دي من تشاء إلى صراط مستقيم.

والحمد لله رب العالمين.

بسم الله الرحمن الرحيم

مقلوب التورق أو "الاستثمار المباشر"

١٤٢٦/٦/٢٤هـ - ٢٠٠٥/٧/٢٧م

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله، وبعد:

انتشر لدى المصارف الإسلامية ما يسمى مقلوب التورق أو "الاستثمار المباشر"، وهو منتج بديل للوديعة لأجل لدى المصارف التقليدية.

والوديعة لأجل هي أن يودع العميل مبلغاً من المال (مائة ألف مثلاً) لدى المصرف ويلتزم المصرف له في المقابل بأكثر منه بنسبة متفق عليها (مائة وعشرة آلاف مثلاً) بعد مضي فترة محددة (وهو الأجل المشار إليه).

والمقصود من "الاستثمار المباشر" هو الوصول إلى نفس النتيجة، وهو أن يسلم العميل مبلغاً من المال للمصرف على أن يضمن له المصرف بعد مدة محددة مبلغاً أكثر منه بنسبة متفق عليها. أي أن النتيجة واحدة في الأمرين، وهي نقد حاضر من العميل للمصرف، مقابل نقد مؤجل في ذمة المصرف أكثر منه للعميل.

والأسلوب المتبع للوصول لهذه النتيجة هو ما يسمى "توكيل الطرف المقابل". فيقوم العميل بتلسيم النقد للمصرف ويوكله بشراء معادن لمصلحة العميل، ثم يقوم المصرف بعد ذلك بشراء هذه المعادن بأجل بالزيادة المتفق عليها.

موقع المنتج في مسيرة المصارف الإسلامية

وقبل تناول الإشكالات الفقهية على هذا المنتج، من المهم الإشارة إلى موقعه في مسيرة المصارف الإسلامية. فالمصرف الإسلامي من الناحية النظرية يقوم على جذب الأموال ثم توظيفها، وفي كلا الأمرين يستند إلى الأدوات الإسلامية المعروفة. في بداية المسيرة كان الاستقطاب والتوظيف كلاهما من خلال المشاركة بصورها المختلفة. ثم بعد فشل تطبيق المشاركة في جانب التوظيف برزت المرابحة لتحتل القسط الأكبر. المرحلة التي تلت ذلك هي سيطرة التورق المنظم على جانب التوظيف أو على جانب الأصول في قائمة ميزانية المصرف. والتورق المنظم يمثل (تقريباً) الحلقة الأخيرة في هذا الجانب، لأنه يحول المصرف من كونه عنصراً في العملية الحقيقية إلى

مجرد مصدر للنقد، كما هو حال المصرف الربوي، ووجود سلع صورية لا يغير من حقيقة الأمر شيئاً. وقد كان قرار مجمع الفقه الإسلامي بمنع التورق المنظم معلماً ضرورياً للحكم على خطأ هذا التوجه.

لكن الأمر لم يتوقف عند هذا الحد، بل انتقل الخلل من جانب الأصول إلى جانب الخصوم، ومن جانب التوظيف إلى جانب الاستقطاب. فإذا كان التورق هو عماد التوظيف، فالمنطق يقضي أن مقلوب التورق سيصبح هو عماد الاستقطاب، وهذا ما حصل بالضبط. وإذا كان التورق المنظم مصدراً للنقد للعميل، فإن مقلوب التورق أصبح هو مصدر النقد للمصرف نفسه. فالتمويل النقدي (نقد مقابل نقد) أصبح هو أساس نشاط كثير من المصارف الإسلامية، في الأصول وفي الخصوم. و ـذا ينتهي دور المصرف الإسلامي الذي كان قائماً على أساس النشاط الحقيقي في الجانبين.

لا ندري حقيقة ما هي الخطوة التالية، لكن مسيرة المصارف الإسلامية تثير الشفقة والحزن لدى كل مراقب لهذا المشروع وكل غيور على قضية الاقتصاد الإسلامي.

فيما يلي مناقشة فقهية لهذا المنتج، تتناول جوانبه المختلفة، وتبين مناقضته لأحكام المعاملات المالية فضلاً عن مقاصد الشريعة وغايا ا.

الإشكالات الواردة على المنتج

١. إن المصرف عندما يقبض الثمن نقداً فهو يقبضه قبض ضمان وليس قبض أمانة، إذ يتصرف فيه بمجرد قبضه لمصلحته، كما هو الحال في جميع الأموال التي ترد للخزينة. فإذا كان القبض قبض ضمان امتنع أن يكون المصرف وكيلاً عن العميل، بل يكون بمثابة المقترض لأنه ضامن للمال. ثم في ـاية الأمر يثبت في ذمة المصرف دين نقدي للعميل أكثر مما قبضه منه، وهذا هو الربا.

٢. إن التمييز بين تصرف الوكيل لمصلحته وبين تصرفه لمصلحة موكله يرجع إلى نية الوكيل، كما هو معلوم عند الفقهاء ومحل اتفاق بينهم. فلو اشترى الوكيل ونوى الشراء لنفسه لم يكن تصرفه لموكله وكانت السلعة ملكه وفي ضمانه. والنية كما هو معلوم تتبع المقاصد والغايات، وهذا هو شأن العقلاء. والمصرف مراده أن تكون السلعة ملكه، لأنه هو الذي سيشتريها، وهو يعِد العميل بذلك من أول الأمر. فشراؤه نيابة عن العميل مقيد حقيقة وعرفاً بأنه سيشتري هذه السلعة بعينها من العميل، وهذا يناقض كونه وكيلاً عنه، لأن الوكيل يجب أن يتصرف لمصلحة الأصيل، وهنا المصرف يتصرف في حقيقة الأمر لمصلحته، ولذلك لا يمكن للمصرف أن ينوب عن العميل في شراء سلع لا يمكن للمصرف أن يشتريها لنفسه. بل إن المصرف هو الذي يحدد السلعة ويحدد السمسار أو الوسيط وكل ما يتعلق بشرائها، لأنه هو الذي سيشتريها وهو الذي سيضمنها. فالمصرف لا يتصرف في الواقع بصفته وكيلاً بل بصفته مشترياً، فيكون شراء السلعة حقيقة له وليس للعميل. ولهذا السبب اتفق جماهير الفقهاء المعاصرين على عدم توكيل العميل في المرابحة للآمر بالشراء، كما سيأتي.

وإذا كانت السلعة حقيقة ملكاً للمصرف لم يصح شراؤها من العميل بعد ذلك لأ ا ملك المصرف ابتداء. كما أن قبض المصرف للنقد من العميل لم يعد قبض أمانة لأنه لم يعد وكيلاً حقيقة في الشراء. فيكون القبض حقيقة قبض ضمان وليس أمانة، وهذا يؤكد الوجه السابق. وتصبح المعاملة في الحقيقة مبادلة بين النقد الحاضر وبين دين مؤجل في ذمة المصرف، وهذا هو المنتج وغرضه من الأساس.

٣. إن المصرف يعلن عن هذا المنتج ويسوقه للعملاء بأنه استثمار يضمن فيه المصرف الثمن الآجل للعميل، فهو بذلك يلتزم بأن يشتري السلعة من العميل بعد شرائها نيابة عنه (بافتراض صحة هذا التوكيل). وهذا ثابت بقرائن الأحوال وبصريح الهدف المعلن من المنتج وبعلم جميع الأطراف. وهذا الالتـزام غير صحيح لأنه يقع قبل تملك المصرف للسلعة، فهو من جنس الالتـزام بالوعد في المرابحة للآمر بالشراء. وإذا كان الالتـزام بالوعد في المرابحة ممنوعاً مع أن حصيلة المرابحة هي سلعة مقابل نقد مؤجل، فالمنع من الالتـزام هنا أولى وآكد لأن حصيلة المعاملة هي نقد حاضر بنقد مؤجل.

ومنع الوعد الملزم في الاستثمار المباشر متعذر لأن هذا هو الهدف من المنتج أساساً، كما سبق، وبموجبه يتم تسويق المنتج على أنه بديل للوديعة لأجل، وبدون هذا الالتـزام يفقد المنتج غرضه وقيمته، إذ ليس للعميل مصلحة في إبقاء المعادن في ملكه إذا لم يشتريها منه البنك، كما أن العميل يصبح معرضاً لمخاطر تذبذب السعر إذا قرر بيع السلعة في السوق إذا تراجع البنك عن الشراء، وكل هذا يمنع العميل من قبول عدم التـزام البنك بالشراء. فالمنع من الالتـزام يقتضي منع المنتج بالضرورة.

٤. إن توكيل الطرف المقابل قد نص الإمام مالك رحمه الله على منعه، وصرح بذلك فقهاء المالكية. ففي حاشية الدسوقي: "وأما إن أعطى رب مال لمريد سلف منه بالربا ليشتري ا سلعة على ملك رب المال ثم يبيعها له فهو ممنوع" (حاشية الدسوقي ٨٩/٣). وفي مواهب الجليل: "ومن هذا الباب مسألة يفعلها بعض الناس وهي ممنوعة، وذلك أن يدفع لبعض الناس دراهم ويقول له: اشتر ا سلعة على ذمتي فإذا اشتريتها بعتها منك بربح لأجل، **ولا إشكال** في **منع ذلك**" (٤٠٨/٤). وقد صرح ابن رشد الجد أن المنع ثابت وإن تحقق القبض لوجود التهمة، قال: "إلا أن الوكيل في هذه المسألة هو المبتاع للطعام بالثمن الذي دفعه إليه موكله، فلا يجوز أن يبيعه منه وإن تحقق قبضه بأكثر مما دفع إليه". (البيان والتحصيل ١٣٢/٨. وانظر أيضاً: ١٣٧/٧ و٣٣٥/١٢، النوادر والزيادات ٢٤٠/٧). وليس هذا غريباً عن منهج الإمام مالك الذي ينظر إلى الغايات والمقاصد من المعاملات ويشدد في سد أبواب التحايل، خاصة على الربا.

٥. كما نص عدد من الفتاوى المعاصرة على أن الأصل منع توكيل العميل الآمر بالشراء في المرابحة المصرفية. فقد قررت الهيئة الشرعية الموحدة موعة البركة أن "الأصل: عدم جواز توكيل البنك الواعد بالقيام

بالشراء والتسلم لأن ذلك يفقد عملية المرابحة معناها"، وأن توكيل العميل يمكن قبوله في حالات استثنائية مثل أن يكون للبضاعة وكيل رسمي لا يمكن تسويق البضاعة لغيره، ومثل حالات الازدواج الضريبي، "ففي مثل هذه الاستثناءات يجوز توكيل الواعد بالشراء" (الفتوى ٣/١٠). وأكد ذلك توصيات ندوة البركة للاقتصاد الإسلامي (٧/٩) التي قررت "الأخذ بالرأي القائل بعدم جواز هذا التوكيل بخصوص بيع المرابحة للآمر بالشراء"، وهو ما أخذت به عدد من الهيئات الشرعية الأخرى (راجع الدليل الشرعي للمرابحة، ص١٤٧-١٤٩). كما أكدت ندوة البركة المذكورة على أن يكون دفع الثمن للبائع مباشرة دون توسط الآمر بالشراء (٥/٩). وقد أخذت هيئة المعايير بالبحرين بمضمون ذلك، حيث نص المعيار رقم (٨) حول المرابحة للآمر بالشراء في الفقرة (٣/١/٣) على أن: "الأصل أن تشتري المؤسسة السلعة بنفسها مباشرة من البائع. ويجوز لها تنفيذ ذلك عن طريق وكيل غير الآمر بالشراء، ولا تلجأ لتوكيل العميل (الآمر بالشراء) إلا عند الحاجة الملحة". ثم نص في الفقرة (٤/١/٣-ب) على أنه في حالة توكيل العميل، يجب "أن تباشر المؤسسة دفع الثمن للبائع بنفسها وعدم إيداع ثمن السلعة في حساب العميل الوكيل." وكان مجمع الفقه الإسلامي قد نص في الدورة الثالثة قرار (١) على أن "الأفضل أن يكون الوكيل بالشراء غير العميل المذكور إذا تيسر ذلك".

وواضح أن هذه القرارات تقتضي منع الاستثمار المباشر لأ ا تمنع توكيل المدين بصفة دائمة ومطردة، وهو ما يتحقق بأوضح صورة في الأخير. كما أ ا تصرح في حالة التوكيل بمنع تسليم الثمن للوكيل، وهذا يمنع أهم عناصر الاستثمار المباشر القائم على تسليم المستثمر المبلغ نقداً للبنك.

٦. إن هذا المنتج أسوأ من التورق المصرفي الذي صدر قرار ا مع الفقهي الإسلامي في ١٤٢٤هـ بمنعه. وذلك أن التورق المصرفي يجعل البائع (الدائن) وكيلاً في البيع النقدي، فيقبض النقد من طرف ثالث (نظرياً على الأقل) ويسلمه للمدين. وهنا النقد يسلمه الدائن مباشرة للمدين. فالنقد والدين في الاستثمار المباشر منحصر بين الطرفين: الدائن والمدين. أما في التورق المنظم فالنقد من طرف ثالث مستقل عنهما. فإذا كان تحصيل النقد الحاضر من طرف ثالث لا يبرر التورق المنظم ولا ينفي عنه مة الاحتيال على الربا، فثبوت التهمة إذا كان النقد الحاضر من الدائن من باب أولى.

ويوضح الفرق بينهما أيضاً أن التورق المنظم توكيل بالبيع بعد إتمام شراء السلعة، أما مقلوب التورق فهو توكيل بالشراء ابتداء. وإذا كان التوكيل بعد تملك السلعة ممنوعاً ومحل مة كما سبق، فكيف إذا وقع قبل تملك السلعة أصلاً؟

٧. إن المعاملة في حقيقتها لا تختلف عن الوديعة لأجل، والجميع يعلم هذه النتجة، سواء من العملاء أو من المصارف، والمعادن أو السلع ما هي إلا "حريرة" تدخل من هنا لتخرج من هناك، وليس لأي من الطرفين فيها مصلحة ولا غرض إلا تحليل مبادلة النقد الحاضر بالمؤجل بين البنك والعميل، وهذا هو ربا النسيئة ا مع

على تحريمه.

والأصل المتفق عليه، بل صرح شيخ الإسلام بإجماع الصحابة والسلف الصالح رضي الله عنهم عليه (راجع بيان الدليل في بطلان التحليل، ص٢٧، ١٣٧، ١٤٦، دار ابن الجوزي)، هو منع التحايل في الدين، لأنه استخفاف بأحكام الشرع واستحلال للمحرمات، فهي لذلك أشد من إتيان المحرم صراحة.

وقد شنع القرآن العظيم على اليهود ما تحايلوا به على حكم الله، وذكر عقوبتهم على ذلك بالمسخ قردة جزاء لفعلهم، كما قال تعالى: ولقد علمتم الذين اعتدوا منكم في السبت فقلنا لهم كونوا قردة خاسئين . وهذا من عدل الله تعالى وحكمته، لأن القرد يشبه في الصورة الإنسان ويخالفه في الحقيقة، فلما تحايل اليهود بامتثال النهي في الصورة وارتكابه في الحقيقة، كان الجزاء من جنس العمل، نسأل الله السلامة. ولهذا ذم النبي صلى الله عليه وسلم اليهود بقوله: "قاتل الله اليهود حرمت عليهم الشحوم فجملوها فباعوها". وثبت عنه عليه السلام أنه قال: "لا ترتكبوا ما ارتكبت اليهود فتستحلوا محارم الله بأدنى الحيل."

وقد يختلف العلماء في بعض التعاملات هل هي من الحيل المحرمة أو لا، لكن هذا لا ينقض الأصل العام المقطوع به من تحريم التحايل على المحرمات، خاصة المحرمات القطعية المحرمة تحريم مقاصد وغايات، كما هو الحال في ربا النسيئة الذي توعد الله عليه بالحرب. أما ربا الفضل فهو محرم تحريم وسائل وليس تحريم مقاصد، كما صرح بذلك العلماء، ولهذا جازت العرايا للحاجة بينما لا يجوز ربا النسيئة للحاجة مطلقاً. فلا يصح قياس هذا على هذا مع وجود الفارق المؤثر.

وأياً ما كان الأمر فإن ورود الدليل أو اختلاف العلماء في بعض الصور لا يعني نقض الأصل الكلي المتفق عليه. فمن غير المقبول أن تجعل الصورة المستثناة أو المختلف فيها أصلاً يقاس عليه كل أنواع الحيل حتى لا يبقى منها إلا العينة الثنائية أو قلب الدين فحسب، ويجاز كل ما عداها. فإن هذا يعني أن الأصل في الحيل الحل عدا هاتين الصورتين، وهذا قلب للأمور لأنه يجعل الأصل استثناء والاستثناء أصلاً. وهو مع ذلك نقيض الإجماع على أن الأصل في الحيل التحريم، بل هو نقيض أصل المذهب الحنبلي خصوصاً.

فقد صرح الموفق ابن قدامة رحمه الله أن أصل الإمام أحمد هو منع الحيل كلها، فقال: "**ثبت من مذهب أحمد أن الحيل كلها باطلة**" (المغني ١٥٤/٦). وقال الزركشي في شرح الخرقي: "وهذه قاعدة لنا: أن **الحيل كلها، لإسقاط واجب أو ارتكاب محرم، باطلة**" (شرح الخرقي ٤٥٩/٢). ومقتضى التمسك بأصول المذهب، فضلاً عن أصول الشريعة، هو منع الحيل كلها إلا ما دل الدليل أو نص الإمام على جوازه، وما عدا ذلك فيبقى على الأصل. وما اختلفت فيه الرواية عنه فيؤخذ بما هو أقرب لأصوله ومنهجه، وتحمل الرواية الأخرى على حال الاضطرار أو عند انتفاء التهمة وعدم التواطؤ المسبق على الحيلة.

٨. إن هذه الحيل المكشوفة لها أثر سلبي في تشويه مظهر الإسلام والاقتصاد الإسلامي أمام الناس. ومن أقرب الأمثلة ما حصل بين أحد المصارف الإسلامية وبين أحد عملائه من نـزاع في قضية تمويل من خلال

توكيل الطرف المقابل هذا، وادعى فيها العميل أن الاتفاقية لا تمثل تمويلاً إسلامياً حقيقياً ليتنصل من التـزاماته، ورفعت القضية للمحكمة الإنجليزية، ثم بعد دراستها كان من تعليق القاضي: "لو كان الحكم في هذه القضية وفقاً للشريعة الإسلامية لكان الأقرب أن يكسب المدعي القضية"، أي لكان الأقرب هو بطلان العقد.

(انظر: www.hmcourts-service.gov.uk/judgmentsfiles/j2232/beximco-v-shamil.htm, no. 55).

وهذا ما دعا أحد المحامين الغربيين، بعد أن وقف على ما تقوم به بعض المصارف الإسلامية، أن يصرح بقوله: إن المسلمين يستطيعون التحايل على ربهم بما لا نستطيع أن نتحايل به على قضاتنا (كما حكى ذلك فضيلة الشيخ صالح الحصين في ندوة البركة، ١٤٢٤هـ).

وقد نبه العلماء قديماً إلى الأثر السيئ للحيل في الصد عن السبيل الله والتنفير من الإسلام، فقال الإمام ابن القيم رحمه الله بعد أن ذكر أمثلة للحيل المذمومة: "ومثل هذا وأمثاله منع كثيراً من أهل الكتاب من الدخول في الإسلام، وقالوا: كيف يأتي رسول بمثل هذه الحيل؟ وأساءوا ظنهم به وبدينه، وتواصوا بالتمسك بما هم عليه، وظنوا أن هذا هو الشرع الذي جاء به. وقالوا: كيف تأتي بهذا شريعة أو تقوم به مصلحة أو يكون من عند الله؟ ولو أن ملكاً من الملوك ساس رعيته بهذه السياسة لقدح ذلك في ملكه، قالوا: وكيف يشرع الحكيم الشيء لما في شرعه من المصلحة ويحرم لما في فعله من المفسدة ثم يبيح إبطال ذلك بأدنى حيلة تكون؟ وترى الواحد منهم إذا ناظره المسلم في صحة دين الإسلام إنما يحتج عليه بهذه الحيل، كما هو في كتبهم وكما نسمعه من لفظهم عند المناظرة، فالله المستعان." (إعلام الموقعين ١٩٨/٥-١٩٩، دار ابن الجوزي).

فالواجب على القائمين على المؤسسات والمصارف الإسلامية أن يستشعروا مسؤوليتهم أمام الله وأمام الناس في إظهار الإسلام بأفضل صورة، وأن يبرزوا الفقه الإسلامي في أجمل حلة، وأن يأخذوا من كلام العلماء أحسنه وأليقه بالحق الذي جاء به محمد صلى الله عليه وسلم، كما هو شأن أولي الألباب الذين امتدحهم الله بقوله جل وعلا: ﴿الذين يستمعون القول فيتبعون أحسنه أولئك الذين هداهم الله وأولئك هم أولوا الألباب﴾.

والله تعالى المسؤول أن يهدينا لأحسن القول والعمل، إنه سميع مجيب.

بسم الله الرحمن الرحيم

حول الرسوم المصرفية على الحسابات الجارية

٢٠/٢/١٤٢٧هـ ، ٢٠/٣/٢٠٠٦م

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله، وبعد:

توجهت المصارف المحلية قبل فترة لحسم مبالغ نقدية من حسابات العملاء الجارية، وذلك اعتباراً للتكلفة التي يتحملها المصرف لكل حساب. ووفقاً لذلك فإن المصارف تحسم من الحسابات التي ينخفض فيها الرصيد عن حد معين، لكنها تعفي الحسابات التي تتجاوز هذا الحد. وهذا الأسلوب شائع لدى المصارف التجارية التقليدية، لكن المصارف الإسلامية أصبحت تنحو نفس المنحى. ولئن كان هذا مفهوماً بالنسبة للمصارف التقليدية القائمة على نظام الفائدة، فإنه يصعب تبريره للمصارف الإسلامية، للأسباب التالية:

١. إن الحساب الجاري قرض من العميل للمصرف. وهذا يعني أن ربح الحساب وخسارته على المصرف عملاً بقاعدة الخراج بالضمان، وهو منطق العدل بين الحقوق والواجبات. لكن تحميل العميل تكاليف الحساب دون أن يكون له شئ من الربح مخالفة صريحة للقاعدة. فربح الحساب في هذه الحالة للمصرف أما تكلفته ومؤنته فهي على العميل. فإن كان العميل سيتحمل نصيبه من التكاليف فليأخذ نصيبه من الأرباح، أما أن يتحمل الغرم ولا يحصل على الغنم فهو مناف لمنطق العدل. والمصارف التقليدية ربما تكون أكثر عدالة من هذا الجانب، لأ ا تعطي العملاء فوائد على حسابا م إذا زادت وتحسم منهم إذا نقصت. أما المصارف الإسلامية فهي تأخذ بأحد الجانبين و مل الآخر.

٢. إن القرض مستثنى من أحكام الصرف التي وردت في حديث عبادة بن الصامت رضي الله عنه لأنه مبني على التبرع وعدم الربح. فهو نقد بنقد مع التأخير، ولكن التأخير مغتفر لكون القرض من باب التبرعات وليس المعاوضات. فإذا شرط في القرض شرطٌ على وجه المعاوضة خرج عن حد التبرع ودخل في حيز المعاوضة، وفي هذه الحالة يجب تطبيق أحكام الصرف عليه، وهي التقابض والتساوي. وشرط حسم التكلفة من الحساب

الجاري شرطٌ على وجه المعاوضة، فيخرج الحساب بذلك عن حد القرض الذي لا يراد به الربح إلى حد المعاوضة التي يراد ا الربح، فيجب أن يكون يداً بيد سواء بسواء. وكلا هذين الشرطين منتفيان في هذه الحالة.

٣. إن اشتراط الزيادة على القرض واشتراط الحسم منه ممنوع بالإجماع. أما الأول فهو ربا وأما الثاني فهو معاوضة على الضمان، وكلاهما ممنوع بالإجماع. ولذلك لو قال: اضمن لي هذه المائة ولك عشرة، لم يجز، لأنه إن سلمت المائة خسر المقرض العشرة، وإن ذهبت المائة خسر الضامن التسعين، فهو غرر، فضلاً عن أنه نقد بنقد مع التفاضل والتأخير، كما سبق. ولذلك نص المالكية على أن من شروط السلم ألا يسلم الشئ فيما هو أكثر منه من جنسه، ولا فيما هو أقل منه من جنسه. قالوا: أما الأول فهو سلف بزيادة وأما الثاني فهو ضمان بجعل (انظر مثلاً حاشية الدسوقي ٢٠٠/٣). وقد صرح ابن رشد الجد أنه لا يحل أن يكون للضمان ثمن بإجماع (البيان والتحصيل ٢٢٧/٧) وحكى الإجماع أيضاً ابن القطان (مواهب الجليل ١١٣/٥).

٤. إن اشتراط الحسم مقابل تكلفة الخدمات يجعل المعاملة من باب سلف وبيع. فهو سلف من جهة العميل للمصرف وبيع من جهة المصرف للعميل. وثبت عن النبي صلى الله عليه وسلم النهي عن سلف وبيع، وهو عام في كل سلف وبيع اجتمعا على وجه الاشتراط، وكان السلف هو المقصود. وهذا الحاصل هنا، فإن الحساب الجاري هو الأصل في العلاقة بين العميل والمصرف، والهدف من الرسوم هو أن يودع العميل مبالغ إضافية لتغطي أرباحها التكاليف التي يتحملها المصرف. فالسلف هو المقصود ابتداء وانتهاء، فتكون معاملة منهياً عنها بالنص. وهذا يقود إلى الوجه التالي:

٥. إن المصرف يفرق بين العملاء بحسب مستوى الرصيد. فإذا انخفض عن الحد خصم من الحساب، وإذا زاد أعفي من الخصم. فإن كانت الرسوم بحق فلماذا يعفى منها الرصيد الأعلى؟ السبب واضح وهو مقابل القرض. فالمبلغ الزائد عن الحد قرض حصل مقابله العميل على إعفاء من رسوم الرصيد الأقل من الحد، فهو قرض جر نفعاً، وهو فائدة من المصرف للعميل.

٦. إذا كان المصرف فعلاً يرغب في تغطية الخدمات الإضافية للعملاء، فيجب أن يسعر هذه الخدمات ويطبق رسومها على الجميع. فمن يستفيد من الخدمة (الهاتف المصرفي مثلاً) يدفع مقابلها، ومن لا يستفيد منها لا يدفع، وهذا هو منطق العدل. و ذا لا تكون الخدمة مشروطة في السلف لأن العميل من حقه ألا يستخدم هذه الخدمات ولا يخصم منه شئ. وتطبيق الرسوم على الجميع سيجعل التكلفة للحساب الواحد منخفضة جداً، وبذلك تتحقق مصلحة الجميع.

ويجب أن يراعى في ذلك أن الخدمات الأساسية للوفاء بالقرض لا تدخل في التكاليف، مثل بطاقة الصراف ودفاتر الشيكات. فهذه الخدمات كما أ ا لا تعتبر منفعة من المصرف للعميل مقابل القرض، وإنما هي وسيلة أساسية للوفاء به، فينبغي كذلك ألا تعتبر تكلفة يتحملها العميل أيضاً، سواء بسواء.

والله تعالى أعلم بالصواب.

بسم الله الرحمن الرحيم

السلم في الأسهم

١٤٢٨/٣/١٥هـ - ٢٠٠٧/٤/٢م

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله، وبعد.

١. استدانة الأسهم، سواء عن طريق الاقتراض أو البيوع المستقبلية، من الصيغ المستخدمة في الأسواق الدولية للمجازفة على الأسعار. وعمليات البيع على المكشوف (short selling، ويترجم خطأ: البيع القصير)، من أوضح صور اقتراض الأسهم من خلال الوسيط أو السمسار. وهناك من يرى أن السلم في الأسهم هو البديل للاقتراض أو البيوع المستقبلية. ولذلك لا يمكن فهم حقيقة الموضوع إلا بمراجعة ما كتب عن البيع على المكشوف وعن البيوع المستقبلية، من الناحية الفقهية والاقتصادية.

وقد منع مجمع الرابطة البيوع المستقبلية والبيع على المكشوف في الأسهم في دورته السابعة في ١٤٠٤هـ، كما منع ا لس الشرعي لهيئة المعايير المحاسبية في البحرين (المعيار ٢١ للأوراق المالية) السلم في الأسهم وإقراضها. بينما أجازت ندوة البركة الثامنة (١١/٨) اقتراض الأسهم إذا كانت موجودات الشركة مثلية. ورجح بعض الباحثين جواز الاقتراض ومنع السلم في الأسهم (رسالة الأسهم والسندات، د. أحمد الخليل، ص٢٢٦ و ص٢٣٧-٢٤٦).

٢. القاعدة أن الأصل في المعاملات الحل ما لم تؤد إلى محرم، كالربا والغرر وأكل المال بالباطل. فإن وجد شئ من ذلك منعت المعاملة، وإلا بقيت على الأصل. ولهذا نص الفقهاء على جملة من الشروط في عقد السلم دف إلى منع وقوع هذه المحاذير وإلى تحقيق الهدف المشروع من السلم. ومن هذه الشروط: أن يكون المسلم فيه موصوفاً في الذمة، ولا يكون معيناً، وهو شرط محل إجماع بين أهل العلم.

وعلة منع السلم في المعين هي الغرر الناشئ من احتمال تعذر حصول المسلم فيه، فيكون غرر فسخ العقد كبيراً، وهو ضرر على المشتري أو البائع أو كلاهما. وهذا التعليل يؤول إلى منع العوض على الضمان، كما

نبه على ذلك فقهاء المالكية، فالسلم في المعين يعني أن البائع يضمن المسلم فيه مع كونه معيناً، فيكون معاوضة على الضمان أو على تحمل الخطر مجرداً، وهذا هو حقيقة الغرر المحرم شرعاً.

وعليه فإذا كان المسلم فيه مما يمكن توفره عند الأجل، وهو ما يسميه الفقهاء: "عام الوجود عند محل الأجل"، ولا يرد احتمال تعذر الوفاء إلا بدرجة ضئيلة، فيكون الحكم للغالب وهو الجواز، ويغتفر حينئذ ما قد يوجد من الخطر، ويكون من الغرر المغتفر أو اليسير. وتحديد درجة الغرر اليسير أمر محل اجتهاد، ولذلك يختلف الفقهاء في السلم في البساتين الكبيرة: هل يدخل في المنع أم لا؟ وهذا يرجع إلى أهل الخبرة، فإذا تبين أن احتمال تعذر الوفاء كان كبيراً فالحكم المنع، وإلا فالجواز.

٣. وما سبق يقتضي النظر في الأسهم: هل هي مال معين أم مثلي؟ اختلف في ذلك الفقهاء المعاصرون. فمنهم من قال: هي مال مثلي بالنظر إلى تماثل الأسهم مع بعضها، ومنهم من قال هي مال معين بالنظر إلى أ ا أسهم في شركة معينة. ومنهم من فرق بحسب موجودات الشركة: فإن كانت الموجودات معينة كالعقار حكم بالتعيين، وإن كانت مثلية كالسلع المتماثلة قال إ ا مثلية. (تراجع مجلة مجمع الفقه الإسلامي، العدد السادس – الجزء الثاني، والعدد السابع - الجزء الأول، مع المراجع السابقة).

والأرجح والله أعلم أن الأسهم مثلية باعتبار ومعينة باعتبار. فهي مثلية بالنظر إلى كو ا على الشيوع ومتساوية القيمة، فهي من هذا الوجه متماثلة ومن ثم يمكن اعتبارها مثلية. لكنها معينة بالنظر إلى ما تمثله وهو الشركة. والسلم في المعين ممنوع بالإجماع، لكنه في الموصوف جائز إذا استوفى بقية الشروط المعروفة للسلم، كما سبق.

وعليه فإن كان السلم واقعاً على معظم أسهم الشركة أو نسبة كبيرة منها، ترجح اعتبار التعيين، وكان ذلك سلماً في معين ولا يجوز. أما إن كان السلم واقعاً على نسبة ضئيلة منها بحيث يغلب على الظن توفرها عند حلول الأجل، لم يكن ذلك من السلم في المعين.

ولكن من حيث الواقع لا يمكن الجزم بنسبة الأسهم المباعة سلماً من مجموع أسهم الشركة المتداولة إلا بوجود تنظيم من هيئة سوق المال. وفي غياب هذا التنظيم فقد تكون نسبة الأسهم المباعة سلماً مرتفعة مقارنة ببقية أسهم الشركة المتداولة، وفي هذه الحالة فإن احتمال العجز عن الوفاء يصبح كبيراً (وهذا ما يسمى "حجر السوق" أو to corner the market)، ولذلك تضع الهيئات الدولية عدداً من القيود على البيع على المكشوف لتلافي هذه المشكلة. وهذا يتطلب وجود تنظيم من هيئة سوق المال يحدد نسبة الأسهم المباعة سلماً بما لا يتجاوز مثلاً ٥% من أسهم الشركة المتداولة. وفي غياب هذا التنظيم فإن الإشكال قائم والخطر لا يمكن التنبؤ به.

٤. لا يقتصر الحكم في هذه المعاملة على استيفاء شروط السلم المعروفة. بل لا بد مع ذلك من النظر في المآلات وما يترتب على هذا التعامل من الآثار الاقتصادية.

والواقع خير شاهد على الآثار السيئة والسلبية لعمليات البيع على المكشوف في الأسواق الدولية، وهذا أمر معروف ومشهور عند المهتمين وفي الكتابات التي تناولت الموضوع. وإذا كان كذلك فإن الحكمة تقتضي فرض قيود صارمة على هذه التعاملات لتحجيم أضرارها وحصرها في الدائرة التي ترجح المصلحة منها. ومثل هذا التنظيم يتطلب تضافر جهود الفقهاء والاقتصاديين لوضع الضوابط والمعايير التي تحقق مقاصد الشريعة وغايا ا.

وفي غياب هذه الضوابط والمعايير فإن مفاسد هذا التعامل تصبح أرجح من مصالحه.

٥. من أهم الضوابط التي تجب مراعا ا في السلم في الأسهم:

- تحديد نسبة الأسهم المباعة سلماً بما لا يتجاوز نسبة متدنية من متوسط أسهم الشركة المتداولة، كما سبق.
- منع السلم في الأسهم في حالة انخفاض الأسعار (وهو شرط تطبقه الهيئات الدولية على عمليات البيع على المكشوف) وذلك لمنع ا يار السوق.
- تحديد الحد الأقصى للخسارة بالنسبة للمدين، بحيث إذا تجاوزت قيمة الأسهم المسلم فيها رأس المال بنسبة معينة (مثلاً ٢٠% بالمعدل السنوي)، فإن المدين لا يلتزم إلا بمقدار ما يوفي هذا الحد، ولا يلتزم بما زاد عن ذلك. والهدف من هذا الشرط هو كبح جماح ا ازفات الضارة بالسوق، لأن الدائن إذا علم بذلك فلن يسترسل في شراء الأسهم سلماً، وهو ما يقلل عمليات ا ازفة. وهذا الشرط يمنع أبرز مشكلات البيع على المكشوف وهي المخاطر العالية التي يتحملها المستثمر. وهو مكمل للشرط السابق، لأن السابق يقيد ا ازفة من جهة المدين، وهذا يقيدها من جهة الدائن. هذا الشرط حسب علمي لا يطبق في الأسواق الدولية، لكنه يطبق في عمليات السلم الزراعي في السودان لحماية المزارعين، ومن باب أولى الاستفادة منه في حماية سوق الأسهم.
- دفع الثمن كاملاً، كما هو مقرر في شروط السلم المتفق عليها، وهو شرط لا يطبق في الأسواق الدولية أيضاً. وهو من الشروط المهمة في تجنب التوسع في ا ازفات.
- منع اشتراط الخيار في السلم، وهو شرط متفق عليه عند الأئمة، خلافاً لشيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله. وهذا أيضاً لتقييد ا ازفة وتضييق نطاقها.

- تحديد حد أدنى للأجل (مثلاً ٣ أشهر) أخذاً بقول الجمهور باشتراط الأجل في السلم تمييزاً له عن بيع ما ليس عندك. والهدف من هذا الشرط تقليص ا ازفات قصيرة الأجل وترجيح احتمال توفر المسلم فيه عند حلول الأجل.
- منع بيع الأسهم المسلم فيها قبل قبضها، أخذاً بقول الجمهور، وذلك منعاً للمجازفات الضارة أيضاً. ومن باب أولى منع كل صور التسوية على فروق الأسعار.
- بالإضافة إلى شروط تداول الأسهم عموماً، مع ما يمكن أن يتوصل إليه المختصون في هذا ا ال.

ويلاحظ أن الأخذ بقول الجمهور في بعض هذه الشروط يترجح هنا بالنظر إلى المحاذير التي تكتنف هذا التعامل بخصوصه، وليس بالضرورة ترجيحاً على الإطلاق.

٦. الخلاصة: إن السلم في الأسهم يكتنفه الكثير من المحاذير الشرعية، وما لم يخضع لضوابط تمنع هذه المحاذير فإن الأرجح هو القول بالمنع، وفي وجود الضوابط المناسبة فإن الأصل الحل. والعلم عند الله تعالى.

والحمد لله رب العالمين.